

Dobre ceny Dobry Sklep już w siedmiu województwach

data aktualizacji: 2013.06.25



Sieć Dobre Ceny Dobry Sklep jest żywym dowodem na to, że miękka franczyza w handlu detalicznym wciąż ma się nieźle. W osiemnaście miesięcy dorobiła się 260 placówek, zaś do końca br. chce przyłączyć jeszcze 40.

Zorganizowana przez warszawską spółkę Integrum sieć Dobre Ceny Dobry Sklep ma charakter spożywczo-drogeryjny. Około 40 proc. asortymentu to produkty chemiczno-kosmetyczne oraz artykuły gospodarstwa domowego, zaś 60 proc. przypada na podstawowe wyroby spożywcze i ofertę sezonową (np. zeszyty i artykuły papiernicze, które pojawiają się na półkach w szerszym wyborze przed rozpoczęciem roku szkolnego). W ramach sieci działają sklepy różnych formatów, jednak ponad 70 proc. z nich to placówki dysponujące salą sprzedaży mniejszą niż 100 mkw.

Robert Zawitkowski, prezes spółki Integrum, przyznaje, że większych punktów jest niewiele, a francyzodawca zainteresowany jest nawet 50-metrowymi sklepami. Warunki przystąpienia nie są wyśrubowane. Detalista musi przede wszystkim legitymować się stabilną sytuacją finansową. Szczególnie poszukiwane są placówki cieszące się na lokalnych rynkach uznaniem i dostawców,

i klientów, bowiem – jak podkreśla Robert Zawitkowski – sieci potrzebni są sprawdzeni, a nie anonimowi partnerzy.

Będą rozmawiać z polskimi dystrybutorami

Integrum nie narzuca detalistom zmiany kształtu wizualnego sklepu, czy też nowej organizacji sali sprzedaży. Właściciel musi jedynie umieścić w widocznym miejscu logo sieci. Tak więc placówki działają pod swoimi dawnymi nazwami utrwalonymi w świadomości klientów. Uczestnictwo w projekcie jest bezpłatne. – Staramy się, żeby to detaliści mieli z tytułu naszej współpracy wymierne profity, a nie ponosili dodatkowych kosztów. Wspólne są więc przede wszystkim akcje marketingowe i promocje gazetkowe – opisuje prezes Zawitkowski.

Obecnie sieć dostarcza franczyzobiorcom przede wszystkim produkty chemiczno-kosmetyczne za pośrednictwem siedmiu centrów logistycznych, z którymi ma podpisane umowy. To hurtownie zrzeszone w Grupie Południe. Pozostałe towary, przede wszystkim spożywcze, detaliści pozyskują we własnym zakresie. – Przymierzamy się jednak do podjęcia centralnych negocjacji również z dostawcami wyrobów spożywczych. Oczywiście będziemy poszukiwać najbardziej korzystnych dla sklepów warunków handlowych, przyznam jednak, że chcielibyśmy współpracować przede wszystkim z polskimi dystrybutorami. Mam nadzieję, że zaoferują nam najkorzystniejsze warunki – mówi Robert Zawitkowski.

Chcą rosnąć organicznie

Obecnie szyld Dobre Ceny Dobry Sklep można spotkać na terenie siedmiu województw: łódzkiego, wielkopolskiego, małopolskiego, śląskiego, dolnośląskiego, kujawsko-pomorskiego i mazowieckiego. Uzyskana w ciągu zaledwie kilkunastu miesięcy skala działalności pozwala już myśleć nie tylko o wzroście poprzez proste przyłączanie do sieci kolejnych sklepów, ale także drogą przejęć. Prezes Zawitkowski podkreśla jednak, że głównym kierunkiem będzie rozwój organiczny.

□(WN)

Wiadomości Handlowe, Nr 6-7 (126) Czerwiec - Lipiec 2013

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/dobre-ceny-dobry-sklep-juz-w-siedmiu-wojewodztwach,585>